

Ihr Typ ist gefragt

Farb-, Stil- und Imageberatung Ob im Job oder privat: Auf gutes Aussehen und Auftreten wird heute viel Wert gelegt. Doch nicht jeder versteht es, seinen Stil zu finden. Rat gibts beim Profi, aber viele sind teuer und wenige richtig gut.



Braun – wirft Schatten ums Kinn. Beige – mein Blick wird stumpf. Türkis – ich erstrahle! Tuch für Tuch legt meine Beraterin mir von hinten um die Schultern. Gemeinsam beobachten wir im Spiegel, welche Farben meine Haut jünger, meine Augen ausdrucksstärker machen. Für meine Farbberaterin steht fest: Wintertyp! Kühles Türkis, Pink oder Schneeweiß bringen mein Gesicht erst richtig zur Geltung. Auch Schwarz steht mir gut. Glück gehabt! Ich muss meine Lieblingsstücke nicht aus dem Kleiderschrank verbannen.

Doch nicht jeder weiß, was zu ihm passt. Wer unsicher ist, kann sich Rat bei Farb-, Stil- oder Imageberatern holen. Längst gehen nicht nur Privatpersonen zum Beauty-Spezialisten. Auch Firmen und Führungskräfte haben gutes Aussehen als Wettbewerbsvorteil erkannt. Amerikanische Studien belegen schon lange: Kleider machen Karriere. Gutes Aussehen wird mit Fleiß, Kreativität und Klugheit in Verbindung gebracht, fanden auch deutsche Psychologen heraus, zum Beispiel in der Beautycheck-Studie der Uni Regensburg.

Neben der Einzelberatung gibt es Kurse wie „Color your life“ oder „Typ Consult“.



Image ist das Bild, das man von sich entwirft. Oder entwerfen lässt – vom Profi.

Die Preise hängen stark von Anbieter und Zielgruppe ab: Bei der Volkshochschule Starnberg ist der Tageskurs „Dress for Success“ inklusive Farbpass für 125 Euro zu haben. Beim renommierten Imageberater Georg Stiels dauert dieser Kurs für Geschäftsleute drei Tage und kostet 1200 Euro – Übernachtungen im Wellnesshotel inklusive.

Mit der Qualität hat das nicht zwangsläufig etwas zu tun. Die hängt von der Ausbildung des Beraters ab. Neben Frisören, Kosmetikern, Unternehmensberatern drängen Quereinsteiger auf den Markt. Schon in drei Tagen kann sich jeder zum Farb-, Stil- oder Imageberater ausbilden lassen (siehe „Die Ausbildung zum Berater“). Wer sich verschönern lassen möchte, sollte sich vorher genau über die Qualifikation „seines“ Beraters informieren (siehe *Checkliste*).

Typ betonen, nicht verkleiden

Meine Beauty-Spezialistin jedenfalls scheint nicht auf dem neuesten Stand zu sein. Sie stellt mir einen Farbpass mit kühlen Winter- und warmen Herbstfarben zusammen. Branchenexperten sind sich einig: Warm-kalte Mischtypen wie Herbst-

Das bekommen Sie für Ihr Geld

Farb-, Stil- oder Imageberatung gibt es einzeln oder kombiniert. Zur Stilberatung gehört auch Farbe, zum Image mehr als Farbe und Stil.

Farbberatung

Analyse von Haut-, Augen- und Haarfarbe. Dabei sitzt der Kunde ungeschminkt vor einem Spiegel, während der Berater ihm verschiedene Tücher umlegt. Je nach Farbe wirken Haut und Augen müder oder strahlender. Günstige Farben werden in einem Farbpass zusammengestellt.

Stilberatung

Der Berater bestimmt den Figurtyp und die Gesichtsform des Kunden und entwickelt mit ihm seinen persönlichen Stil. Er empfiehlt Schnitte, die die Figur optimal zur Geltung bringen, außerdem eine vorteilhafte Frisur, Haarfarbe, gegebenenfalls Brille und für Frauen noch ein Make-up.

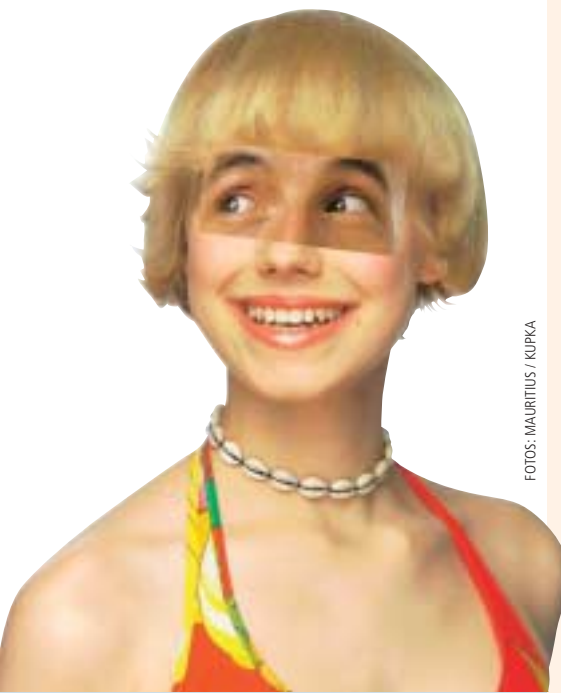
Imageberatung

Meist beruflich orientiert: Stil und Etikette, Körpersprache und Rhetorik, Selbstpräsentation bei öffentlichen Auftritten sowie angemessene (Business-)Kleidung. Oft wird auch Einkaufsbegleitung angeboten. Branche, Firma und Kunden des Rat-suchenden sollten berücksichtigt werden.

Dauer und Preise

Viele Berater veröffentlichen ihre Preise nicht, geben Preislisten aber auf Nachfrage heraus. Grobe Richtwerte: Farb- oder Stilberatung kann eine bis drei Stunden dauern und 50 bis 350 Euro kosten; für Kombipakete gibt es Preisnachlass. Eine Imageberatung für Privatpersonen kann bis zu sechs Stunden dauern und bis zu 650 Euro kosten.





FOTOS: MAURITIUS / KUPKA

Winter gibt es nicht. Entweder der gelbliche Hautton überwiegt und dem Kunden stehen warme Herbsttöne, oder der Teint ist eher bläulich, dann sind kühle Winterfarben günstig. Überhaupt vertreten nicht mehr alle Anbieter die Vierjahreszeitentypologie. Viele arbeiten mit Konzepten, die mehr Spielraum zulassen.

Auch in puncto Stil geht der Trend zur individuellen Beratung. Die bloße Einteilung in Stiltypen wie „romantisch“, „sportlich“, „klassisch“ oder „extravagant“ reicht kaum, da sie selten alle Facetten einer Persönlichkeit abdeckt.

Mir als Winterfrau empfiehlt meine Farb- und Stilberaterin große Muster wie Hahnentritt und auffälligen Modeschmuck, gern asymmetrisch. Da gibts gleich zwei Minuspunkte von unseren Experten: 1. Man sollte nicht direkt vom Farbtyp „Winter“ auf den Stil „extravagant“ schließen. 2. Ein eigener Stil, der meiner Person, dem Umfeld und dem Anlass entspricht, wurde mit mir nicht entwickelt.

Zur Imageberatung gehören neben Farbe und Stil auch Inhalte wie Rhetorik und Präsentation. Hier stößt meine Beraterin endgültig an die Grenzen ihres Könnens. Sie empfiehlt mir, eine Aktentasche zu kaufen und lieber Blusen als Rollis zu tragen. Aber was für eine Bankangestellte gelten mag, muss für eine Journalistin nicht richtig sein: Mein Notizblock passt in die Handtasche, mein Rollkragen in die Redaktion. ■

CHECKLISTE

So finden Sie einen Beauty-Spezialisten

Kennen Sie jemanden, der gut beraten wurde? Mund-zu-Mund-Propaganda ist ideal. Sonst bleibt nur der Blick ins Internet oder Branchenbuch. Wir helfen Ihnen, die Spreu vom Weizen zu trennen:

1. Die Homepage

Sind alle Infos zu Inhalt und Konzept enthalten? Werden Preise und Leistungen eindeutig benannt? Wenn nicht, die Onlineanmeldung meiden – lieber telefonisch oder schriftlich nachhaken! Bei beruflichem Anliegen: Welche Referenzen gibt es? Entsprechen die Ihrer Branche, Ihrem Beruf?

2. Das Farb- und Stilkonzept

Wird in Frühling, Sommer, Herbst oder Winter eingeteilt oder gibt es differenziertere Konzepte mit Mischtypen? Wird mit vorgegebenen Stiltypen (romantisch, klassisch, sportlich, extravagant) gearbeitet oder ein persönlicher Stil entwickelt?

3. Der Berater

Hat er Vorbildung im Bereich Mode, Kosmetik oder – bei Imageberatung – in Management, Psychologie? Welche Fortbildung hat er im Bereich Farbe, Stil, Image absolviert? Nur einen Wochenendkurs oder eine längere Ausbildung?



4. Die Beratung

Werden Analyse (Haut-, Augen-, Haarfarbe; Figurtyp, Gesichtsform) und Beratung getrennt? Dann erfahren Sie auch, wie Sie Ihre neuen Farben und Schnitte mit alten Lieblingsstücken kombinieren. Persönlichkeit, Beruf, Anlass sollten dabei immer berücksichtigt werden.

5. Die Unterlagen

Sie sind wichtig, damit Sie sich anschließend selbst stylen können. Der Farbpas ist obligatorisch, ein Stilsript mit Figurtyp, Gesichtsform, passender Kleidung, Frisur, Brille sollte nicht fehlen. Dos and Don'ts sind im Businessbereich angebracht.

6. Achtung, dubios!

Manche Berater wahren die Grenzen zur Therapie oder zum professionellen Coaching nicht. Achtung bei Themen wie „Farbheilung“ oder „Selbsterfahrung“ – die haben bei einer Farb-, Stil- oder Imageberatung nichts zu suchen. Die sollte sich aufs äußere Erscheinungsbild, nicht auf innere Prozesse konzentrieren.

Im Test: Die Ausbildung zum Berater

Jeder kann es werden. Farb-, Stil- oder Imageberater kann jeder werden. Ein Schild an der Tür, ein Eintrag im Branchenbuch reichen. Nur: Ohne fundiertes Wissen wird die Beratung kaum zur Zufriedenheit des Kunden ausfallen und die Geschäftsidee sich nicht bezahlt machen.

Acht Anbieter im Test. Doch wie einen guten Ausbilder finden? Testpersonen der STIFTUNG WARENTEST haben sich bundesweit bei acht exemplarisch ausgewählten Anbietern zum Farb-, Stil- oder Imageberater ausbilden lassen. Inhalt, Dauer und Preise der Kurse waren sehr unterschiedlich. Sie reichten von der Zwei-Tages-Fortbildung für Kosmetiker und Frisöre für 330 Euro bis zur dreimonatigen Ausbildung zur Farb- und Typstylistin für rund 2500 Euro.

Existenzgründung kam zu kurz. Eins war sieben von acht Ausbildern gemeinsam: Sie wollten auf eine anschließende selbstständige Tätigkeit vorbereiten und möglichst auch die Ausstattung dazu ver-

kaufen (Grundausstattung 600 bis 1000 Euro). Die Lehrinhalte zur Existenzgründung kamen hingegen durchweg zu kurz.

Weitere Defizite. Nur drei Ausbilder haben nach Vorkenntnissen gefragt. Idealerweise sollte aber Vorbildung im Bereich Mode, Kosmetik oder – für die Imageberatung – Management, Psychologie mitgebracht werden, um kompetente Beratung leisten zu können. Bei den meisten Ausbildern mangelte es außerdem an Übungen und Praxisphasen. Und auch Hintergrundwissen zu Farbe und Stil sowie Beratungsmethoden kamen zu kurz. Die getestete Image-Ausbildung ging kaum über Farb- und Stilberatung hinaus. Dafür wurden in Einzelfällen zweifelhaft Glaubenssätze propagiert, zum Beispiel, die Farbe Grün helfe bei Liebesunfähigkeit und Herzbeschwerden.

► **TIPP:** Welche Anbieter gut ausbilden und welche Ansprüche Sie an eine Ausbildung stellen dürfen, erfahren Sie im Internet unter: www.weiterbildungstests.de